

家居建材市场调研报告（通用 10 篇）

家居建材市场调研报告（通用 10 篇）

在不断进步的时代，报告的使用频率呈上升趋势，报告成为了一种新兴产业。那么什么样的报告才是有效的呢？以下是小编帮大家整理的家居建材市场调研报告，仅供参考，大家一起来看看吧。

家居建材市场调研报告 篇 1

调查内容：

- 1、了解现在建材市场上的各大材料品牌及其档次定位。
- 2、了解该产品种类、规格、价格、施工工艺。

调查方式：

访谈、观察、拍照搜集资料。

调查时间：

20xx 年 5 月 22 号

调查地点：

济南市金牛材料市场

一、天然石材

天然石材结构紧密、抗压强度高、耐磨、装饰性好、耐压性好、常用的装饰材料有花岗岩和大理石两种。一般来说，凡是有纹理的，称为‘大理石’；以斑点为主的称为“花岗岩”

1、大理石

种类：艾叶青、米黄玉、房山汉白玉以及人造大理石等。

规格： 500x100x40 、 750x100x40 、 2500x200x80 、 3000x200x100 等；用途：墙面和地面及卫生间和部分雕塑。

2、花岗岩

种类：济南青、灰麻、中国红等。

规格： 100x250x800 、 100x250x1600 、 400x800x40 、 300x150x80 等。

成分：要是硅酸盐（硅酸钙硅酸钾等等）。用途：于花岗石形成的特殊条件和坚定的结构特点，使其具有如下独特性能：具有良好的

装饰性能，可适用公共场所及室外的装饰。价格 100.00/平方米。

二、板材

1、普通石膏板

板一般用于大面积吊顶和室内客厅、餐厅、过道、卧室等对防水要求不高的地方，可以做隔墙面板，也可做吊顶面板。

价格范围 15—19 元。

2、铝塑板

铝塑板常见规格为 1220x244 ，颜色丰富，是室内吊顶、包管的上好材料。很多大楼的外墙和门脸亦常用此材料。

铝塑板分为单面和双面，由铝层与塑层组成，单面较柔软，双面较硬挺，家庭装修常用双面铝塑板。

铝塑板的规格是 1.2X2.4 的，单面的 50 元/张，双面、生胶、10 丝的是 80 元/张；双面、熟胶、10 丝的 100 元/张；16 丝的 150 元/张，24 丝的 220 元/张。

3、PVC 板

PVC 吊顶型材以 PVC 为原料，经加工成为企口式型材，具有重量轻，安装简便。防水、防潮的特点，它表面的花色图案变化也非常多，并且耐污染、好清洗，有隔音、隔热的良好性能，它成本低、装饰效果好，因此成为卫生间、厨房、洗手间、阳台等吊顶的主导材料。但随着铝扣板和铝塑板的出现，PVC 板逐渐被取代，主要是 PVC 板较易老化，易黄变。价格范围 3500 元每吨。

4、刨花板

刨花板是利用木材或木材加工剩余物作为原料，加工成刨花或碎料，再加入一定的胶粘剂，在一定温度和压力下制作而成的一种人造板材，由于其整体较为松软，握钉力不强，因是一种低档板材，一般不宜作为家具底衬，也不能用以制作门窗套。价格范围 35—85 元。

5、细木工板

细木工板俗称大芯板，是由两片单板中间胶压拼接木板而成。中间木板是由优质天然的木板方经热处理（即烘干室烘干）以后，加工成一定规格的木条，由拼板机拼接而成。与刨花板，密度板相比，其

天然木材特性更顺应人类自然的要求；它具有质轻、易加工、握钉力好、不变形等优点，是室内装修和高档家具制作的理想材料。价格125 元每张。

家居建材市场调研报告 篇2

调研地点：南京弘阳家居（迈皋桥店）

调研方式：抽样调查

调研目的：了解市面销售家具、建筑装饰材料的款式风格、价格定位、消费者的喜好，建材工艺结构，行业现状。

一、家居建材卖场简介

20xx 年 5 月 26 日，位于城北迈化路，区域内最大的家居建材品牌大卖场——弘阳家居迈皋桥店，在众首期盼的目光中盛大开业。占地 12 万平方米的大卖场内，涵盖了包括家居、建材、超市、餐饮等四大项，十七种小项的经营种类，并囊括了国内外一线知名品牌。由于拥有成立十余年之久的弘阳装饰城这一大型物流集散地优势，弘阳家居迈皋桥店不仅具备极大的产品价格优势，同时又以五星级的店堂装修风格，为消费者营造了一个轻松、高品的购物环境，力求为广大市民带来一种国际化的购物休闲娱乐方式，营造一种全新的家居生活潮流。而虽然地处市区内，但为了给消费者提供更大的便利，弘阳家居迈皋桥店还开通了面向下关、仙林、城东、城北等区域路线的四班购物直通车，以真正人性化的服务体系服务大众，充分体现了弘阳家居的品牌服务理念。

二、调研范围

1.家居建材品牌系列（建材、家具、家装、家电、家饰）： 欧派厨柜

诺贝尔磁砖

索菲亚衣柜

志邦厨柜

2.定位价格范围：

不同的产品，不同的价格范围

3.功能

2.1 实用功能：（储存、保温、防滑、遮盖等）

欧派橱柜

储物功能：外表虽充满着田园的风格让人流连忘返。但橱柜的内部也不能小瞧。

我们拉开其中一个抽屉，里面有各色各样适合不同碗盘的架子，方便你分类收纳，就算再多的餐具也能收得整整齐齐。

2.2 审美功能：（例如风格样式）

欧派橱柜

欧派柠檬黄橱柜摒弃了繁琐和奢华，处处将生活气息融入，并将不同风格中的

优秀元素汇集融合，以舒适机能为导向，强调“回归自然”。

3.材料（实木，人造板材，铁艺，塑料树脂，藤，竹等）：

欧派橱柜

在材板上，这款橱柜采用的是中纤板，该板纤维组织均匀，纤维间的胶合强度高，故它的静曲强度、平面抗拉强度、弹性模数好。而且它吸湿、吸水性能较好。

4.结构工艺特点：

在材质上，该款橱柜采用中纤板，该材料弹性模数好，较为耐用。在五金材料的选择上，采用世界顶级的 **BLUM**。除了这些表面的优点，在储物方面，它的表现也很出色。空间利用率比较高，抽屉里设有碗盘架，无论甚么形状碗盘都能找到自己的位置，收纳十分方便。在水槽外形设计方面虽然不出色，但是细节关注方面一点也不简陋，增加了许多实用的小设计。

家居建材市场调研报告 篇3

一、调查目的：

通过对市场的调查，了解建筑材料的性质、用途、价格。

二、调查对象：

官建材市场。

三、调查结果：

建筑木材：

木材泛指用于工民建筑的木制材料，常被统分为软材和硬材。工程中所用的木材主要取自树木的树干部分。

木材因取得和加工容易，自古以来就是一种主要的建筑材料。轻质高强；弹性韧性佳；耐冲击和振动；加工性好；吸声性好；导热性低；花纹色泽自然美观；组织结构不均匀，各向异性；具有吸湿性，会引起干缩湿胀。

主要品种：

①胶合板（夹板或细芯板）：是将原木经蒸煮软化，沿年轮切成大张薄片，经过干燥、整理、涂胶、组胚、热压、锯边而成。通常按相邻层木纹方向互相垂直组坯胶合。

厚度（mm）为 2、5，2、7，3，4，5，6，9，12，15：特点及应用：

幅面大，平整易加工，材质均匀、不翘不裂、收缩性小，在家具制造中常用做背板、抽屉的底板或制造覆面板。在室内建筑装修中用于隔墙罩面、顶棚和内墙装饰、门面装修等。

②大芯板（细木工板）：是由上下两层夹板、中间为小块木条压挤连接的芯板。厚度（mm）为 16，19，22，25 因中间有空隙，可耐热胀冷缩。价格比胶合板要便宜，其竖向以芯材走向区分）抗弯压强度差，但横向抗弯压强度较高。

③刨花板：是将木材加工剩余物、小径木、木屑等，经切碎、筛选后拌入胶水、硬化剂、防水剂等热压而成的一种人造板材，厚度（mm）为 6，8，10，13，16，19，22 等。可分为低密度、中密度、高密度，不宜用钉子钉，易造成钉孔松动应用木螺丝或小螺栓固定，此类板材主要优点是价格极其便宜。其缺点也很明显：强度极差。

门窗类：

市场上的门窗主要有木门窗、铝合金门窗、塑钢门窗等。

木门窗价格适中，外观差，封密性差，怕火易燃，变形开裂，只适用于低档次，一般场所适用，维护费用高，使用寿命短。

铝合金门窗阻燃性好，外观豪华但整体性较差，易变形、易腐蚀，且保温性差、隔热差、隔音效果不强。铝合金门窗和木门窗相比，具

有以下特点：

1、自重轻，坚固耐用。铝合金门窗比木门窗耐腐蚀，不易朽坏，其氧化着色层不脱落，不褪色，经久耐用。

2、密封性能好。铝合金门窗的气密性高，水密性及隔音性都比木门窗要好。

3、色泽光洁美观。铝合金门窗的框料，经氧化着色处理，可着银白色、古铜色、暗红色等颜色，并可着上带色的花纹。用其制成的铝合金门窗，外观漂亮、表面光洁、色泽艳丽牢固，增强了室内外立面的装饰效果、

塑钢门窗具有保温、耐火、防水、防腐、隔音等性能，是木窗、铝合金门窗无法比拟的，其价格适中，外观豪华，款式多样，密封性好，防火阻燃，不易变形，强度高，安装方便，工艺讲究，是新一代门窗材料，具有广阔的市场前景。铝合金门窗和塑钢门窗虽然在材质上不同，但在结构形式和使用上却差不多。铝合金和塑钢门窗的种类主要是根据开启方式来划分的，主要有以下几种：门：主要有推拉门和平开门两种。平开门又分为内开门和外开门两种，什么实木地板比较好。

窗：除了推拉窗（包括左右推拉窗、上下推拉窗）和平开窗（包括内开窗、外开窗）外，还有一种上悬式开启的窗。不同的开启方式有不同的特点：

①推拉窗：优点是简洁、美观，窗幅大，玻璃块大，视野开阔，采光率大，擦玻璃方便。使用灵活，安全可靠，使用寿命长，在一个平面内开启，占用空间少，带纱窗方便等优点。目前，采用最多的就是推拉式的窗。缺点是两扇窗户不能同时打开，最多只能开一半的窗户，通风性相对差一些；有时密封性也稍差。

②平开窗：优点是开启面大、通风好，密封性好，隔音、保温、抗渗性能优良。内开式的擦窗方便；外开式的开启时不占空间。缺点是窗幅小，视野不开阔。外开窗开启要占用墙外的一块空间，刮大风时易受损；而内开窗则更是要占去室内的部分空间，使用纱窗不方便，开窗时使用窗纱、窗帘等也不方便，如质量不过关，还可能渗雨。

石质类：

按形成方式可分为：天然石材和人造石材。

按成分可分为：天然大理石、天然花岗石。

人造石材按成分和形成工艺可分为：水泥型人造石材、聚酯型人造石材、复合型人造石材、烧结型人造石材。

A、天然大理石

特点：碱性物质，质地较软，属中硬石材，晶粒细小、结构致密、抗压强度高、易加工但抗风化性差。

按颜色和花纹可分为：云灰、单色、彩花。

B、天然花岗石

性能：适合于外墙、柱面等装饰。

特点：酸性物质，质地硬，属硬石材，不易风化，耐腐蚀性强。

按品种可分为：剁斧板材、机刨板材、粗磨板材磨光板材。

C、人造石材

性能：质量轻、强度大、厚度薄，因其室外的人造石材老化快，变形严重，所以其适宜于室内装饰，不宜在室外大面积使用。

特点：耐腐蚀/污染、加工性好，价格低廉但耐久性差。

按品种可分为：

a、水泥型人造石材（即水磨石）：特点：便于洗刷、耐磨、成本低但耐腐蚀性能差。

b、聚酯型人造石材（即人造大理石）：特点：光泽好、易调色、重量轻、耐磨/水/旱/热/污染/腐蚀、加工性好但易变形。

c、复合型人造石材。

d、烧结型人造石材。

玻璃类饰面材料

常用的有：钢化玻璃、中空玻璃、夹层玻璃、热反射玻璃、玻璃马赛克。

A、钢化玻璃（即强化玻璃）：性能：较高的强度和较好的弹性，常被用于高层建筑的门、幕墙等处的装饰材料。

B、中空玻璃（亦称绝缘玻璃）：性能：隔热隔声，广泛用于高级

住宅、宾馆、商场等需要室内空调的场所。

C、夹层玻璃：性能：耐久/热/湿/寒，广泛用于商店橱窗、博物馆门窗、美术馆展台等处。

D、热反射玻璃：具有良好的遮光性和隔热性能，常用于建筑门窗及隔墙等处 E、冰花玻璃：立体感强、质感柔和、花纹自然、透光不透明，广泛用于隔断、屏风和家庭等装饰。

F、玻璃马赛克（即玻璃锦砖）：质地坚硬、耐热/寒/酸碱、经济耐用，较多用于建筑物的室内外墙面的贴面或室内地面的装饰工程。

油漆类：

1、聚酯漆：漆膜丰满，层厚面硬，有清漆品种，叫聚酯清漆。聚酯漆施工过程中需要固化。

2、聚氨酯漆：漆膜强韧，光泽丰满，附着力强，耐水耐磨，耐腐蚀性，被广泛用于高级木器家具。

3、乳胶漆：施工方便，安全，耐水洗，透气性好。

4、外墙漆：漆膜较硬，抗水能力更强。

5、防火漆：防火性能。

金属类饰面材料

性能：耐火、耐久、有较强的光泽及色彩。

常用的有：

A、彩色涂层钢板：性能：耐湿热、耐低温、耐腐蚀，主要用于各建筑物的外墙板、屋面板、室内的护壁板、吊顶板的装饰。

B、彩色压型钢板：性能：有良好的耐久性、抗震性、加工简单、色彩鲜艳，主要用于外墙，屋面，吊顶及夹芯保温板材的装饰。

C、不锈钢板：性能：良好的力学性能、耐腐蚀性，用于室内外墙柱饰面、幕墙、护栏等处的装饰。

D、彩色不锈钢板：性能：机械性能较高、抗腐蚀性强，常用于厅堂墙纸、天花板建筑装潢等的装饰。

E、铝合金装饰板：性能：抗腐蚀性强、防火/潮（分为条形装饰板和方形装饰板，有无孔和有孔两种形式。

F、铜合金板：常用于高级装饰工程中需点缀的部位。

G、铝塑板：性能：耐冲击性强、耐火性好、隔音性好、防水性好、易加工等，适用于外墙装饰和室内天花、家具等处的装饰。

通过这周去装饰材料市场调查，使我对装饰材料有了更深刻的了解和认识，同时也体会到要想真正学好室内设计，设计出好的作品，必须对装饰材料市场有所了解，及时掌握新材料、新工艺。只有更早的掌握新的、层出不穷的材料、工艺，才能设计出适应潮流的作品来。

家居建材市场调研报告 篇 4

（一）我国建材市场的业态演变

随着城市化进程的加快和房地产产业的飞速发展，作为配套行业的建材家居业也得到很大发展。顺应市场发展变化，建材市场业态也随之产生根本性变革。每个阶段的业态市场在完成其历史使命后，其核心地位迅速被另一种新型市场业态所取代。从发展历程来看，中国建材市场业态经历了四次演变，已经从最原始的街边市场发展到代表行业形态的国际化采购中心。它将是中国建材市场发展的水平和未来方向。

第一代市场：自发形成的街边市场

三三两两的建材商家，选择市区商业相对繁华的街道开设店面，其他商家陆续跟进，形成以街道为性质的初级马路市场，这就是中国建材最原始的第一代建材市场——自发形成的街边市场。

随着城市发展水平的不断提升，政府慢慢发现，街边市场虽然满足了居民采购需要，但其经营水平的初级化、内部规划的无序化、周边运输的杂乱化等问题，严重影响了市容形象和交通秩序。政府由此产生了引导建材商家集中经营的想法，第二代市场的萌芽也因此诞生。

第二代市场：政府引导，利用闲置厂房库房形成的专业集市

由于管理水平和经营意识严重滞后，当时很多国企厂家生产陷入停滞，空置了大量厂房、库房。引导商家集中经营，政府的第一想法就是因地制宜，充分利用这些空置厂房、库房，将商家集中到此处经营，第二代建材市场——政府引导利用闲置厂房库房形成的专业集市随之形成。这种业态市场成功将商家集中经营，并且形成了一定的规模，市场也由此得以发展，并实现了较长时间的繁荣兴旺。

城市圈的逐步扩大，再度成为新的城市中心。加上此类业态是在旧有物业改造基础上形成，在行业规划、经营环境、配套功能等方面相对滞后，难以满足消费者日益增长的多种需求。

受城市化进程和消费者膨胀需求的双重夹击，第二代建材市场面临着严峻的考验。此时，房地产业开始在全国迅速发展，第二代市场面临的发展困境让房地产开发商看到了商机：改善市场营销环境，建造商场化集中性市场，建材家居市场随之出现了新的市场业态，也即第三代建材市场————商场化的家装广场。

第三代市场：商场化的家装广场

第三代市场出现后，其硬件设施和购物环境相比前两代有了很大改善，市场形成单一的零售经营模式，运营商也开始引入以消费者为中心的理念，提出“以人为本”的概念，强调为消费者提供更好的服务和耕地的价格。

但是由于市场建立完全出自企业行为，在许多全国城市，随着商户和投资者对第三代市场的热捧，单纯追求经济效益的驱动，第三代市场的物业租金也随之水涨船高，入驻商家很快陷入经营成本急升的泥潭。面对飞涨的物业租金和市场管理单方面追求“以人为本”，强行降低商家的商品销售价格的双重压力，难以维系的商家唯有祭出“价格虚高，以次充好”的原有法宝，以保障自己正常经营不受影响，对消费者而言，虽然市场服务有了改进，但是在产品价格上却得不到真正实惠，造成消费者流失，消费群体变动。以人为本，并没有落到实处。

环境在变，商家在变，消费者在变，如何找出一条真正实现以人为本的建材发展之道，第四代建材市场应运而生。

第四代建材市场：国际化的采购中心

政府的引导完成了第二代的市场大转变，企业的开发完成了第三代市场业态变革，而政企联手，才是真正实现了第四代市场业态的升级。通过总结前三个阶段发展经验，政府和有经验的商业运营开发商发现了市场成功的共同点：要真正实现“以人为本”，吸引消费者前

商为本”。根据华中建材市场的宣传，我们认为华中建材家具采购中心就是第四代建材市场的代表。

第四代市场应秉承“以商为本”的经营理念，采购中心用合理的规划和对物业价格的有效控制，加上政府对市政、交通、管理等方面的大力支持，在配合统一经营、统一管理、统一服务、统一对外宣传的现金管理运营措施，最终实现“以商为本”，从根本上降低商家经营成本。

随着经营成本下降，商家能够主动让利给消费者，从而真正实现“以人为本”，消费人流随之大量聚集，最终形成建材家居核心商圈。

（二）我国建材市场业态的发展方向

我国建材市场从诞生起就根据其所依存的客观条件发生变化，从同行及相关商业模式的发展中借鉴经验，从生产和流通形式的演变中找寻自己提升和发展的方向，不断改变和提升自己。这些革命性的变化代表了建材市场的方向。

（1）向贸易中心发展

在我国有些建材产业集中度高的城市和地区，由于其集聚的这一行业的商流、物流、信息流、资金流越来越大，相配套的产业链相当发达，正在成为这一行业区域的、国家的、甚至是世界的产业中心。这一地区的建材市场正向这一产业的贸易中心发展。主要以展示、订货、贸易的方式经营，其批发、集散功能及在行业的影响力将与产业的发展形成联动。

（2）向购物中心发展

由于各地建材经销商实力不断增强和当地建材市场的不断涌现，在中心城市原以批发和集散功能为主的建材市场，其辐射力日益萎缩，有些将成为服务当地的零售市场。在这一地区经营的建材市场，正在借鉴商业大卖场的运营模式，以其拥有的巨大规模的经营场所，多年形成的知名度和影响力，集聚众多建材经销商的实力，联合其它业态的商业向购物中心发展。

（3）向物流加工配送中心发展

石材市场、油漆涂料市场、陶瓷市场等，这些市场在向社会提供批发、定制、加工和配送服务中，其物流、加工、配送功能得到很大发展，并正在向专业的物流、加工、配送中心发展。

篇 5

一、永昌县古建筑概况

资源，是生活资料或生产资料的天然来源，是人类生存、生产的基础。永昌历史悠久，文化灿烂。公元 4000 年前，人类就在这里繁衍生息，自汉至今，历鸾鸟、番和、骊 y、显美、焉支、嘉麟、天宝、永昌八县。悠久的历史，丰厚的文化，独特的自然山川造就了永昌丰富的历史资源。尤其是大量的古建筑遗存，构成了永昌县旅游资源的主体。全县共计有景物 155 个，以人文景观为主。2005 年编制的《金昌市旅游发展总体规划》中，把永昌规划为全市旅游发展的重心，按不同的资源及功能划分为八大景区：骊 y 遗址旅游文化区、永昌古城休闲度假旅游区、御山峡圣容寺文物古迹旅游区、红西路军主题旅游区、祁连积雪风景旅游区、云庄寺宗教民俗旅游区。现已逐步形成了以骊 y 故址为代表的骊 y 文化、以红西路军战史为代表的红色文化、以圣容寺为代表的宗教文化、以“节子舞”、“永昌小曲”为代表的民族民间文化等四大特色文化。对永昌县古建筑进行调查对于推动永昌的经济发展具有重大的实际意义。

二、前期问卷调查

根据小组对人群的调查得知，大多数人都去这些古建筑，可喜欢去这些古建筑的人很少，其中学生尤为不喜欢，他们的理由概括为：永昌县来来去去就只有骊 y 遗址、圣容寺、武当山、云庄寺等几处景观，景色单调，而且没有别的娱乐设施来吸引游客，一点特色都没有。于 1 月 15 日起，小组设计问卷对周围群众调查了解产生上述这种情况的原因，回收的问卷集中反映了两个方面：

一是群众对我县古建筑的情况不了解。利用周末和假期到永昌县古建筑游玩的只去武当山北海子景区等景点，其它的，就被冷落到一旁，一些古建筑景区活动也因无人观看而停止。比如骊 y 古城、云庄

二是有关部门对永昌县古建筑的开发利用不全面。旅游部门只重视开发交通便利的北海子武当山等景点的景物，将许多相关的文人历史给忽略了，造成纯“自然景”。同时有些名气稍逊的景点因为交通的不便利或景点散乱而得不到整顿，被冷落在青山之中，无人问津，并且旅游部门在对景区进行宣传时没有采到实际改革措施。在调查中一位同学提及他第一次到骊 y 古城时看到的是孤立的亭子、孤独的城墙、荒凉的原野。第二次去没变，第三次去依旧这样，几次下来就毫无兴致再去了。

三、实地查看、调查研究

结束了近三周的背后调查访问和前期准备工作，我们小组带来“永昌县到底有多少可贵的古建筑资源被埋没掉了”，就这个疑问于2月15日正式访查永昌县内古建筑。

在老师带领下，我们一路游览了钟鼓楼、阁老府、骊 y 古城、圣容寺、北海子公园、汉长城等古建筑景区。我们一边游览风景，一边记录着景点与访查结果，从中得到不少资料。

篇 6

研究课题：

木材

摘要：

举例几种木材，分析其性质，比较与其他板材不同之处。

前言：

调研木材,了解木材，以面对面的方式认识木材，到建材市场或木材市场观察。

正文：

随着科技的发展，木材的质量和种类也逐渐增多，在选购木材的同时要先了解木材，结合所需，选择更适合的木材的种类很多，不同的木材使用的方向也不同，有装饰类的木材，是用天然木材刨切或旋切成厚 **0.2-1cm** 的薄片，经拼花后粘贴在胶合板、纤维板、刨花板等基材上制成。这种材料纹理清晰、色泽自然，是种较高级的装饰材料。

:用水曲柳、柳按木、色木、桦木等旋切成 0.1-0.5mm 厚的薄片，以胶合板为基材胶合而成，其花纹美丽，装饰性好钙塑板，铝塑板这种板材轻质、隔声、隔热、防潮。主要用于吊顶、墙面的面材。钙塑板铝塑板饰面三夹板：省事又便宜多层板，又叫三夹板和三合板，层数不同叫法不同，它的优劣主要看原料。现在家装中使用的主要是饰面三夹板，即在工厂中已经将非常薄的实木饰面贴在三夹板上。饰面三夹板使用方便，价格也便宜。

像柳安木材质的轻重适中，结构略粗，易于加工，胶结性能好，干燥过程稍有翘曲和开裂现象，多是用来做三合板或五合板。

杉木：材质松轻，易干燥，易加工，切面粗糙，强度中等，易劈裂，胶着性能好，是目前用得较普遍的中档木材。

水曲柳：材质略硬，花纹美丽，耐腐、耐水性能好，易加工，韧性大，胶结油漆，着色性能好，具有良好的装饰性能，是目前装饰材料中用得较多的一种木材。

木材的种类决定了其作用，

细木工板：防潮效果好，不能直接刷漆可以做家具和包木门及门套、暖气罩、窗帘盒等，其防水性能好。

集成板：不易变形，这是一种新兴的实木材料，采用优质进口大径原木精深加工而成，像手指一样交错拼接的木板。可以直接上色、刷漆，要比细木工板省去一道工序。

密度板：密度板也叫纤维板。是以木质纤维或其他植物纤维为原料，施加脲醛树脂或其他适用的胶粘剂制成的人造板材，按其密度的不同，分为高密度板、中密度板、低密度板。密度板由于质软耐冲击，也容易再加工。在国外，密度板是制作家私的一种良好材料，但由于国家关于密度板的标准比国际的标准低数倍，所以，密度板在我国的使用质量还有待提高。刨花板:刨花板又称碎料板，是利用施加胶料和辅料或未施加胶料和辅料的木材或非木材植物制成的刨花材料等经干燥拌胶(如木材刨花、亚麻屑、甘蔗渣等)，热压而制成的薄板。其中包括甘蔗渣刨花板，渐变结构刨花板等。有很好的装饰性。

纤维板：按容重分为硬质纤维板、半硬质纤维板和软质纤维板 3

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/785232020333011334>